MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE

ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1

DOSSIER PEDAGOGIQUE

(Document 8 bis) [1]

UNITE D'ENSEIGNEMENT :

RGB - Sciences administratives – Stratégie de gestion et marketing public - Convention.....

..(1)

CODE DE L'U.E. (2):	71 80 05 U32 X1
CODE DU DOMAINE DE FORMATION (3):	702
CODE E.P.S. DU DOMAINE D'ETUDES SUPERIEURES (1)	9

La présente demande émane du réseau:

O (4) organisé par la Fédération Wallonie-Bruxelles	O (4) Libre subventionné confessionnel
X (4) Officiel subventionné	O (4) Libre subventionné non confessionnel

Identité du responsable du réseau :(1) ... Roberto GALLUCCIO – Administrateur-délégué CPEONS.....
Date et signature (1) : 08 avril 2021

[1] Article 7 de l'A.G.C.F du 15 mai 2014 relatif aux dossiers pédagogiques des sections et unités d'enseignement de l'enseignement de promotion sociale

1. **Finalités de l'Unité d'enseignement** : reprises en annexe n° 1 (1 page)

2. **Capacités préalables requises** : reprises en annexe n°2 (1 page)

3. **Classement de l'unité d'enseignement :**

3,1. Niveau

X (4) Enseignement supérieur de type court	O (4) Enseignement supérieur de type long

Domaine[2]

Domaine proposé (1) :	Sciences économiques et de gestion
Domaine décidé par le Conseil général (1)	Sciences économiques et de gestion

Date de l'accord du Conseil général: 11/05/2021

Signature du Président du Conseil général:

4. **Acquis d'apprentissages:** repris en annexe n° 3 (1 page)

5. **Programme:**

5.1. Etudiant — Repris en annexe n°4 (1 page)

5.2. Chargé de cours

6. **Constitution des groupes ou regroupement:** Repris en annexe n° 5 (1 page)

7. **Chargé(s) de cours:** Repris en annexe n° 6 (1 page)

8. **Horaire minimum de l'unité d'enseignement :**

Dénomination du (des) cours (1)	Classement du(des) cours (1) (5)	Code U (1) (5)	Nombre de périodes (1)
Stratégie de gestion et marketing public	CT	B	18
Part d'autonomie		P	6
		Total des périodes	24

9. **Tableau de concordance** (à approuver par le Conseil général)

Repris en annexe n° 7 (1 page)

[2] Décret du 16 avril 1991, articles 43 et 45.

10. Réservé au Service de l'inspection de l'enseignement de promotion sociale :
a) Observation(s) de l'(des) inspecteur(s) concerné(s) relative(s) au dossier pédagogique (annexe(s) éventuelle(s)) : (1)

b) Avis de l'inspecteur coordonnateur relative au dossier pédagogique :

ACCORD PROVISOIRE (4) - ~~REFUS~~ (4)

En cas de décision négative, motivation de cette dernière :

Date : 10/06/2021 Signature : p.o. Pierre Duchatelet
Inspecteur

Instructions

(1) A compléter
(2) Réservé à l'administration
(3) Il s'agit du code du domaine de formation au sens de l'A.G.C.F. du 8 septembre 1997 déterminant les domaines de formation dans l'enseignement de promotion sociale : ce code est proposé par le réseau et avalisé par l'Inspection
(4) Biffer la mention inutile ou cocher la mention utile
(5) Voir annexe 27 - tableau des codes « U »

1. FINALITES DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité de formation doit :

- Concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire;

- Répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

L'unité d'enseignement a pour but de donner au personnel des administrations locales et provinciales les connaissances et capacités en matière ***de stratégie de gestion,et marketing public*** telles que le prévoit le programme proposé par le Conseil Régional de la Formation (C.R.F.) et faisant partie des conditions prévues pour obtenir une échelle supérieure de traitements conformément à la circulaire ministérielle du 27 mai 1994 relative aux principes généraux de la fonction publique locale et provinciale.

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. Capacités

En français,

* résumer les idées essentielles d'un texte d'intérêt général et les critiquer ;
* produire un message structuré qui exprime un avis, une prise de position devant un fait, un événement, ... (des documents d'information pouvant être mis à sa disposition).

En mathématique,

* traiter un problème en utilisant un tableau de nombres, un graphique ou une formule ;
* calculer des valeurs caractéristiques d'un ensemble de données statistiques ;
* interpréter et critiquer la portée des informations graphiques et numériques.

2.2. Titres pouvant en tenir lieu

Certificat de l'enseignement secondaire supérieur

3. ACQUIS D'APPRENTISSAGE

Pour atteindre le seuil de réussite, face à des situations exemplatives et en utilisant un vocabulaire spécifique, l'étudiant sera capable, en intégrant les éléments *de Stratégie de gestion et marketing public* :

- d'émettre un avis argumenté sur une problématique liée à la matière ;
- de proposer des solutions face à ces problématiques.
- de justifier par une argumentation appropriée les diverses réponses données;

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants:

- choix judicieux des éléments sur lesquels il fonde son raisonnement,
- niveau de clarté et de précision dans la formulation de la réponse,
- degré de pertinence de l'argumentation.

4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable de comprendre, de situer et d'intégrer les éléments *de Stratégie de gestion et marketing public* suivants:

A la fin de ce cours, l'apprenant sera capable :

- de définir ce qu'est une stratégie de gestion d'une organisation et l'illustrer au travers d'un exemple concret ;
- de justifier l'utilité de développer une stratégie de gestion ;
- d'identifier les zones de risque et développer des pistes de solution ;
- de définir la responsabilité collective dans l'amélioration de l'image et de sa promotion ;
- de contribuer à la valorisation de l'image de l'administration et de son action et en renforcer la visibilité ;
- d'adapter le canal et la forme de communication externe compte tenu de l'objectif visé et du public cible ;
- d'assurer un contact (téléphonique, direct, correspondance,...) de qualité avec tous les publics internes et externes.

5. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.

6. CHARGE(S) DE COURS

Le chargé de cours sera un enseignant et/ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

TABLEAU DE CONCORDANCE RELATIF A L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

Date de dépôt : 03/04/2021
Date d'approbation :

«RGB - Sciences administratives – Stratégie de gestion et marketing public - Convention»

Date d'application :
Date limite de certification :

Code régime 1 définitif /provisoire	Code domaine de formation	Intitulé régime 1 définitif / provisoire	Code régime 1 définitif /provisoire	Code domaine de formation	Intitulé régime 1 définitif / provisoire
	702	RGB-SCIENCES ADMINISTRATIVES STRATEGIE DE GESTION ET MARKETING PUBLIC (CONVENTION)	718549U32X1	702	RGB – SCIENCES ADMINISTRATIVES : MARKETING PUBLIC – CONVENTION